

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**СОВРЕМЕННЫЕ
СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В РАБОТЕ С МОЛОДЕЖЬЮ**

*Сборник статей
I Международной научно-практической конференции*

**УФА
РИЦ БашГУ
2016**

УДК 316.34/35

ББК 60.54

С56

***К 100-летию со дня рождения первого ректора
Башкирского государственного университета
Ш.Х. Чанбарисова***

Редакционная коллегия:

д.с.н. профессор **Р.Б. Шайхисламов** (*отв. редактор*);

канд. филос. наук, доцент **Г.Р. Асадуллина**;

канд. филос. наук, доцент **З.Ф. Абрарова**

Современные социальные технологии в работе с молодежью:

С56 сборник статей I Международной научно-практической конферен-
ции / отв. ред. Р.Б. Шайхисламов. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2016.
– 212 с.

ISBN 978-5-7477-4047-1

Материалы конференции представляют собой результат исследований различных технологических аспектов профессиональной деятельности по управлению социальными, политическими, экономическими, педагогическими, психологическими, информационными процессами в молодежной среде.

Предназначено для студентов, аспирантов, преподавателей и специалистов по работе с молодежью.

УДК 316.34/35

ББК 60.54

ISBN 978-5-7477-4047-1

© БашГУ, 2016

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

И.В. Чернышева,

к.и.н., доцент

Удмуртского государственного университета

г. Ижевск, Удмуртская республика

История развития и современное состояние социальной рекламы показывают, что данный социальный институт обладает огромным потенциалом и механизмом воздействия в области воспитания и образования.

Социальная реклама как форма общественной рефлексии обладает широкими возможностями распространения духовных, эстетических, нравственных и социальных ценностей. В комплексе с другими инструментами воздействия она может работать в целях реализации национальных проектов, модернизации российского общества, преодоление социальных деструкций. Ни в коем случае нельзя пренебрегать преобразовательными возможностями социальной рекламы в области преодоления общественных патологий и социально значимых девиантных форм поведения [4].

Среди традиционных социальных институтов (семья, друзья, образовательная система, армия, трудовой коллектив и др.) социальная реклама играет существенную роль в социализации личности. Она информирует, ориентирует, предлагает варианты решения и призывает к соблюдению одобряемых социальных норм. Эффективная социальная реклама способна изменить поведение человека.

Как показывают многочисленные исследования, современная молодёжь большую часть своих знаний берёт из интернета и телевидения, а вовсе не от родителей, поэтому её поведение и характер может быть сформирован рекламной информацией. В числе возможных причин сильного влияния рекламы на молодёжь приводятся повышенная динамичность и интенсивность сменяемости кадров, образность восприятия. Речь здесь идёт о клиповом сознании, обнаруженном исследователями у молодёжи постмодернистского общества. Оно является необходимой способностью для ориентации в перегруженном информацией мире. Одной из технологий развития нравственных ценностей и здорового образа жизни является качественная позитивная социальная реклама, направленная на активизацию самосохраняющего поведения молодежи [5].

Сегодня как минимум третья часть социальной рекламы рассчитана на молодёжь. Это видно из появления в Интернете

демотиваторов на основе советских плакатов, размещение плакатов на страничках в социальных сетях, комментарии к их актуальности, производства молодежи собственных рекламных материалов [3].

Современные информационные технологии позволяют самой молодежи рассказывать о своих увлечениях. Так, например, молодое движение, участники которого называют себя турникмены, они готовы доказать всем, что главное – это стремление и желание, а всему остальному можно научиться. Каждый турникмен стремится к тому, чтобы развиваться как физически, так и духовно. Для этого они используют все самые доступные и простые средства. Простой турник, который есть в каждом дворе, является уникальным спортивным снарядом. Только используя его можно достичь серьезных результатов и научиться многим упражнениям и трюкам. А ведь есть еще брусья, кольца и много других простых спортивных снарядов, которые легко можно сделать самостоятельно. Таким образом, спорт, здоровье и хорошее самочувствие гораздо ближе, чем мы иногда думаем. Все препятствия можно преодолеть и получить то, о чем мечтаешь, если по-настоящему к этому стремишься. На YouTube (turnikmen.ru) ребята просматривают и публикуют свое видео. Яркий пример формирования и пропаганды здорового образа жизни самой молодежью.

В настоящее время в области социальной рекламы проходят многочисленные конкурсы, фестивали, объявляемые государственными структурами, общественными организациями. В первую очередь участие в таких мероприятиях рассчитаны на молодежь. Стоит отметить, что воздействие социальной рекламы отражается не только на целевой аудитории, но и на самих участниках. В результате социальной практики и участие молодежи как авторов социальных посланий это может укрепить их позиции, сформировать качества активного добропорядочного гражданина своей страны. Практика показывает, что люди осознают подобные изменения через личный опыт, дела и сопереживания.

По мнению специалистов, именно в образовательной сфере социальная реклама и социальное участие учащихся может содействовать решению социальной проблематики. Грамотно организованный конкурс социальной рекламы для учащихся можно рассматривать как один из элементов системы профилактики девиантного поведения в школе. Во многих городах России проводятся конкурсы социальной рекламы среди учащихся образовательных учреждений. Создание социальной рекламы дает школьникам почувствовать себя причастными к решению молодежных проблем. При подготовке к конкурсу они углубляются в причины, анализируют проблему и сами ищут пути решения для своих сверстников, а так же для самих себя. Создание социальной рекламы дает

возможность проявлению активной жизненной позиции молодого человека, а так же формирует установки на здоровый образ жизни.

Особенность социальной рекламы состоит в том, что она требует интерактивности, понимания и сочувствия той проблеме, которую хочет отразить, а главное решить в своем творчестве создатель. Именно из понимания проблемы и личного труда каждого человека, а особенно ребенка, рождается гражданская позиция. Именно активная гражданская позиция способна дать молодым людям и обществу в целом всеобъемлющее понимание самоценности человеческой жизни, воспитать уважение прав и суверенитета личности и установить осознаваемый нами мир во всем мире [1].

Для выявления отношения школьников к социальной рекламе было проведено анкетирование среди учащихся 9-11 классов МБОУ СОШ № 93 г. Ижевска, на вопросы ответили 209 учащихся, среди них 97 юношей и 112 девушек (возраст 14 - 18 лет).

Анализ проведенного исследования показал, что молодые люди не отрицают наличия проблем в жизни подростков, в том числе и наличие девиаций среди сверстников. Основные проблемы у молодежи, на взгляд респондентов, это никотиновая и алкогольная зависимость, а так же малоподвижный образ жизни и препровождение большого количества времени в виртуальной реальности. 93% опрошенных считают, что данные проблемы могут возникать «от нечего делать».

Открытый вопрос о причинах, которые позволяют молодому человеку почувствовать себя счастливым, выявил следующее: для старшеклассников важно общение с друзьями, интересное времяпрепровождение, любовь, поддержка семьи, возможность самостоятельно зарабатывать деньги/иметь подработку во внеучебное время, и для тех, кто занимается спортом - победы на соревнованиях и одобрение тренера. Болезнь, ссора с друзьями, молодым человеком/девушкой, конфликты с родными, отсутствие денег, плохая оценки в школе - это то, что по мнению учащихся старших классов, может сделать человека несчастным.

На вопрос проводились ли в их школе конкурсы социальной рекламы 100% учеников ответили отрицательно, при этом 84% из них хотели бы поучаствовать и научиться создавать рекламный продукт для решения насущных проблем молодежи. Большинство респондентов (84%) ответили, что с помощью социальной рекламы можно попытаться обратить внимание на социальные проблемы, а значит приблизиться к решению проблемы. Молодые люди выделили темы, которые на их взгляд наиболее интересны для создания социальной рекламы - это формирование здорового образа жизни, отказ от вредных привычек, бережное отношение к природе и животным.

Данное исследование показывает, что учащиеся старших классов являются активными участниками различных творческих конкурсов и спортивных состязаний, а так же интересуются всеми нововведениями, в том числе заинтересованы в возможности научиться создавать социальную рекламу для решения проблем молодого поколения. Таким образом, конкурс социальной рекламы среди учащихся старшего звена может стать одним из элементов в системе профилактической работы образовательного учреждения.

В Удмуртской Республике ежегодно Министерством образования и науки Удмуртской Республики, бюджетным образовательным учреждением дополнительного образования детей Удмуртской Республики «Республиканский центр дополнительного образования детей» проводится республиканский конкурс детской и молодёжной непрофессиональной социальной рекламы «Измени мир к лучшему» для обучающихся образовательных организаций республики. Целью данного конкурса является выявление и поощрение инициативных детей и подростков в сфере социальной рекламы. Среди задач конкурса можно выделить побуждение подростков к осознанию проблем современного российского общества, к формированию своего отношения к этим проблемам; выявление и поддержка инициативных, творческих детей и молодёжи в сфере непрофессиональной рекламы. Автор данной статьи является членом экспертного жюри республиканского конкурса. Стоит отметить, что в конкурсе принимают активное участие подростки из разных районов республики, в том числе из сельской местности, представлены разнообразные темы социальной рекламы, широкий выбор форматов, в том числе использование технологий социально-культурной анимации (мультипликационный жанр).

Среди студентов также активно проводится работа в этом направлении. В Институте социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета на 4 курсе студентам направления «Реклама и связи с общественностью» автором данной статьи читается курс «Социальная реклама». В процессе освоения дисциплины студенты знакомятся с базовыми понятиями, историей развития, теоретическими вопросами социальной рекламы. На практических занятиях студентам предлагаются творческие задания по разработке собственной социальной рекламы на различные общественные проблемы. Задание по разработке социальной рекламы даётся в начале семестра, защита студенческих работ (индивидуально или в мини-группах) проводится на последних занятиях. Студенты сами выбирают заинтересовавшую их тему, в том числе преподаватель предлагает определенный список тем, в которых затрагивается не только социальная проблема, но и позитивное социальное явление.

На протяжении нескольких лет автором статьи отмечается некий однобокий подход со стороны студентов к социальной рекламе. В формат социальной рекламы стереотипно включается только социальная проблема: ее обозначение, последствия и способы решения. Социальная реклама, в том числе должна отражать позитивные явления, демонстрировать одобряемые социальные нормы поведения. Например, среди тем, которые предлагаются студентам, присутствует тема Дня матери в России, который отмечается в последнее воскресенье ноября. Мы хорошо информированы о западных образцах массовой культуры (День влюбленных, Хэллоуин, День святого Патрика и др.), но подчас не знаем и забываем об элементарных вещах.

Так, в результате проведенного опроса ВЦИОМ в ноябре 2013 г. пятая часть россиян (21%) признались, что впервые узнали о Дне матери в ходе опроса. Правильно ответить, когда же именно отмечается День матери, смогли только 16% респондентов, которым известно об этом празднике. В то же время у большинства россиян (82%) есть желание, чтобы популярность и узнаваемость Дня матери выросла, чтобы он стал столь же отмечаемым, как, например, День знаний, День защиты детей [6].

Также студенты нашего института предлагают свои идеи по социальной рекламе и государственным учреждениям, которые заинтересованы в таком информационном продукте. В области развития социальной рекламы имеется опыт сотрудничества с государственными структурами в отношении создания студентами социальной рекламы.

Удмуртским государственным университетом совместно с Управлением Федеральной службы судебных приставов по Удмуртской Республике проводятся конкурсы студенческих работ на «Лучшую социальную рекламу о деятельности УФССП России по Удмуртской Республике». Конкурсы проводился в целях раскрытия творческих способностей студенческой молодежи, сохранения и восполнения на этой основе интеллектуального потенциала, знакомства с особенностями работы службы судебных приставов, привлечения внимания молодежи к проблемам современного общества. Предложенные нестандартные темы вызвали интерес со стороны студенческой аудитории, свои идеи в области социальной рекламы студенты представляют и защищают перед комиссией. В процессе работы студенты детально прорабатывают темы, привлекают дополнительный материал, демонстрируя усвоение новых знаний, свое отношение к данной теме, творческие возможности и материал учебных занятий по курсу «Социальная реклама».

В 2015 г. по заказу Министерства спорта, физической культуры и молодежной политике Удмуртской Республики студенты 4 курса направления «Реклама и связи с общественностью» работали над

социальной рекламой по теме «Молодежный телефон доверия». Со студентами встречался руководитель психологической службы Тугашева Н.Л., которая рассказала о специфике деятельности данной службы, желаемых образах социальной рекламы в будущих работах студентов. Такая встреча, безусловно, была полезной, поскольку на старте реализации идей, студенты получили максимально полную информацию от специалиста. На следующих занятиях Наталья Леонидовна присутствовала на защите студенческих тем, активно участвовала в процессе анализа визуальных образов и текста представленных работ. В процессе такой работы выявлялись недочеты, ошибки, которые затем студенты исправляли и вновь выходили на защиту своих работ. Подводя итог данным занятиям, стоит отметить активное участие и соучастие студентов в реализации данной темы, их заинтересованность данной проблемой, поскольку свое видение идеи они рассматривали через призму собственных личных переживаний или переживаний своих друзей.

Реализация творческих идей с использованием современных информационных технологий (видео, фото, обработка и монтаж) - это молодежная, современная тема, которая мало кого оставляет равнодушным, так как это некий «вызов» в отношении умений владений современными гаджетами и возможность творчески продемонстрировать свое видение на проблему под другим углом, нестандартно, то есть креативно.

По мнению, Кузьминой О.В. классическая педагогика исчерпала свои ресурсы по части формирования нормативного поведения молодежной аудитории. Одним из ресурсов повышения эффективности профилактической и воспитательной работы является адаптация технологий воздействия на личность, отработанных в системе маркетинговых коммуникаций. Дело в том, что наиболее продуктивные способы воздействия на личность в последние десятилетия отработывались в области рекламы, PR, сетевого маркетинга и т.п. Опыт показывает, что путем адаптации и активного использования в педагогической деятельности таких технологий можно существенно повысить качество профилактической работы. В частности, маркетинговые технологии используются в качестве основного средства формирования мировосприятия подростков в социальной рекламе. Ее воспитательное воздействие определяется тем, что она использует эффективные средства воздействия на аудиторию и более широкий спектр носителей [2].

Список литературы:

1. Дворко С.Б. Значение социальной рекламы в формировании гражданского общества//www.socreklama.ru/analytics/list.php
2. Кузьмина О.В. Воспитательный потенциал культурной символики в социальной рекламе// Человек и образование. 2011. № 4/ www.cyberleninka.ru/
3. Сазонова Е.С., Волкова О.А. Социальная реклама как инструмент продвижения семейных ценностей//Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7, Философия. 2014. № 5 (25)/ www.cyberleninka.ru/
4. Социальная реклама: учеб. пособие для студентов вузов/ Под ред. Л.М.Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
5. Уралева Е.Е. Аксиологический потенциал современной российской рекламы// www.dissercat.com
6. <http://www.wciom.ru> – Всероссийский центр изучения общественного мнения

© И.В. Чернышева, 2016

**О ТЕХНОЛОГИЗАЦИИ ПРОЦЕССА СОЦИАЛИЗАЦИИ
МОЛОДЕЖИ**

Р.Б.Шайхисламов,

д.с.н., профессор

кафедры социологии и работы с молодежью

Башкирского государственного университета

г. Уфа, РБ

Вопрос о том, возможна ли технологизация управления так называемыми объективными процессами, сегодня не оспаривается. Однако насколько правомерно говорить о возможности технологизации управления таким социальным процессом, как формирование и развитие личности? Как сочетаются при этом принципы технологизации и гуманизации процесса воспитания личности? Технологизация предполагает использование определенных процедур и операций, требующих однозначного применения. Социальные технологии связаны со стандартными способами воздействия на объекты, предполагают определенную формализацию реальных процессов и представления их в виде показателей. Но процесс формирования и развития личности настолько сложен, противоречив и неоднозначен, что чрезвычайно сложно расчленение его этапы, фазы и операции последовательных внешних воздействий, направленных на получение прогнозируемого

СОДЕРЖАНИЕ

Социальные технологии в системе компетенций специалиста по работе с молодежью.....	3
Антошкин В.Н. (Уфа)	
Профориентация молодежи как объект управления и самоуправления: по материалам социологического исследования.....	5
Арпентьева М.Р.(Калуга)	
Волонтерство в работе с молодыми людьми: нравственное воспитание и взаимопомощь.....	9
Амакасова З.Ш. (Уфа)	
Использование интернет-технологий в социальной работе с молодежью.....	18
Асадуллина Г.Р. (Уфа)	
Особенности духовной жизни современной.....	22
Арпентьева М.Р.(Калуга)	
Технологии работы с молодыми инвалидами.....	25
Абрарова З.Ф. (Уфа)	
Воспитание активной гражданской позиции молодежи через работу волонтерского движения.....	36
Асадуллина Г.Р. (Уфа) Использование ресурса волонтерского антинаркотического движения в Республике Башкортостан в профилактике наркомании.....	39
Арпентьева М.Р. (Калуга)	
Технологии работы с семьями молодых людей.....	44
Бондаренко М.Н. (Саратов)	
Роль телевидения как социальной технологии в построении социальной действительности регионального молодого телезрителя.....	55
Галиева А.Р. (Уфа)	
Технологии социальной работы с молодыми инвалидами.....	59
Долженкова А.В. (Уфа)	
Виртуальные музеи как инновационное средство патриотического воспитания молодежи.....	64
Жомабаева Б.И. (Костанай, Республика Казахстан)	
Профилактика социальных патологий в молодежной среде.....	69
Загидуллина Л.М. (Уфа)	
Современные информационные технологии патриотического воспитания молодежи.....	74
Зотова М.М. (г. Екатеринбург)	
Формы и методы социально-психологической реабилитации подростков с отклоняющимся поведением (на примере МБУ Центр	

социально-психологической помощи детям и молодежи «Форпост»).....	77
Имаева А.В. (Уфа)	
Проблема алкоголизма среди российской молодежи.....	85
Исламова А.А. (Уфа)	
Социальные технологии безработной молодежью.....	89
Ишмуратова Д.Ф., Гаврикова А.В. (Уфа) Особенности развития системы образования в контексте формирования социальной активности молодежи.....	93
Исламова А.А. (Уфа)	
Социальные технологии работы с молодой семьей.....	99
Кильсенбаев Э.Р. (Уфа)	
Комплексная поддержка молодых семей как направление социаль- ной работы.....	102
Корешкова И.С., Албегов Ф.Г. (Ярославль)	
Проект как технология социальной работы с молодыми инвалида- ми.....	107
Королев С.В. (Ижевск)	
Интерактивные формы занятий в школе по профилактике алкогольной и табачной зависимости (на примере деятельности общественной организации «Общее дело»)	110
Кошелева А.О. (Уфа)	
Отношение молодых людей к браку и ценностям семейной жизни.....	115
Лялюк А.В. (Краснодар)	
Уровни и аспекты информационных технологий молодежной наркопрофилактики.....	118
Михалева Е.И. (Ижевск)	
Этноориентированные образовательные технологии обучения студентов по направлению подготовки «Организация работы с молодежью».....	122
Могучева Д.О. (Уфа)	
Самоуправление, как образовательная технология формирования активной гражданской позиции и лидерства учащейся молодежи...	126
Путилина К. (Уфа)	
Участие молодежи в общественных организациях.....	130
Резяпова Г.Ф. (Уфа)	
Актуальные проблемы правового регулирования патроната в отдельных субъектах Российской Федерации.....	134
Рукомойникова А.Н., Сухарева И.В., Васильева Н.К. (Уфа)	
Отношение гражданского общества к участникам Афганской войны.....	139

Салимгареева А.Р. (Уфа)	
Политическая активность студенческой молодежи: региональный фактор.....	143
Сафуанова А.Г. (Уфа)	
Профориентация молодежи в современной России.....	146
Ставцева Е.В.(Уфа)	
Особенности социальной работы с молодыми семьями.....	150
Файзуллин И.И. (Уфа)	
Формирование толерантности и социальной активности современной молодежи.....	156
Чернышева И.В. (Ижевск)	
Социальная реклама как инновационная технология работы с молодежью.....	161
Шайхисламов Р.Б.(Уфа)	
О технологизации процесса социализации молодежи.....	167
Шаяхметова Р.Р. (Уфа)	
Социальные аспекты кадрового обеспечения работы с одаренными детьми.....	169
Шарова К.А. (Волгоград)	
Актуальные проблемы адаптации молодежи в современном социуме.....	184
Шуляков Л.В. (Горьки, Республика Беларусь) Подготовка молодежи рабочим профессиям строительного профиля.....	187
Шаяхметова Р.Р. (Уфа)	
Основные этапы социального управления процессом развития одаренных детей и их характеристика.....	193
Шарипов А.Р. (Уфа)	
Мировые авраамические конфессии христианства и ислама как первый идеологический опыт глобализации.....	203